Conseil National de l'Emballage

DES PARTENAIRES POUR LE MEILLEUR DE L'EMBALLAGE

L'ACCEPTABILITE DE L'EMBALLAGE
POUR LE PRODUIT, POUR LE CONSOMMATEUR ET POUR L'UTILISATEUR

Note de position du Conseil National de l'Emballage

EXPOSE DES MOTIFS ET CONTEXTE

• Le critère de l'acceptabilité de l'emballage, notamment par les consommateurs, est souvent perçu par des militants écologistes, des responsables politiques et des relais d'information comme uniquement subjectif et, de ce fait, considéré comme un joker mis à disposition des professionnels. Il serait alors la raison invoquée pour ne pas plus réduire à la source les emballages.

• L'acceptabilité pour le consommateur, comme pour le produit emballé, est une des fonctionnalités énumérées parmi les exigences essentielles de la directive européenne, portant sur la fabrication et la composition de l'emballage (Directive européenne 94/62/CE du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 1994, relative aux emballages et aux déchets d'emballages, modifiée par la directive 2004/12/CE).

• Le maintien de l'acceptabilité par l'utilisateur est la condition citée dans la définition officielle (CEN) du processus de réduction à la source : « *Processus permettant, pour des fonctions requises identiques, que le poids et/ou le volume d'emballages primaires et/ou secondaires et/ou tertiaires soient réduits au minimum nécessaire tout en garantissant les fonctions requises et le maintien de l'acceptabilité par l'utilisateur, minimisant ainsi l'impact sur l'environnement*».

• L'acceptabilité est listée comme l'un des critères de performance à prendre en compte pour l'identification de point(s) critique(s), dont l'atteinte constitue la base de la présomption de conformité aux exigences essentielles de prévention : « *Critère spécifique de performance interdisant toute réduction supplémentaire du poids et/ou du volume de l'emballage sans affecter la performance fonctionnelle, la sécurité et l'acceptabilité par l'utilisateur/consommateur.* » (Norme européenne EN 13428 Prévention par la réduction à la source « Emballage – Exigences spécifiques à la fabrication et la composition »).

• La notion d'acceptabilité a été intégrée dans la transposition en droit français des textes européens : décret 98-638 du 20 juillet 1998 relatif à la prise en compte des exigences liées à l'environnement dans la conception et la fabrication des emballages, et code de l'environnement du 12 octobre 2007 (Livre V, titre IV, chapitre III, section 5).

• Pour autant, à la suite d'un amendement présenté au Sénat, le texte définitif du projet de loi de programmation relatif à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement, adopté le 23 juillet 2009, prévoit « *des mesures limitant l'emballage au respect d'exigences de sécurité des produits, d'hygiène et de logistique*», supprimant la notion d'acceptabilité par les consommateurs et les utilisateurs (Titre III Chapitre II Les Déchets, Article 46).

71 avenue Victor Hugo – 75116 PARIS
Téléphone : 01.53.64.80.30. Télécopie : 01.45.01.75.16.
E-mail :info@conseil-emballage.org - Internet http://www.conseil-emballage.org
SIRET n°41513678700025 APE : 913

• Après un premier manuel de bonnes pratiques pour la mise en œuvre de la prévention lors de la conception et la fabrication des emballages en 2000, puis un guide d'application du décret français 98/638 pour la prise en compte des exigences liées à l'environnement dans la conception et la fabrication des emballages en 2003, le CNE a édité en octobre 2009 un nouveau guide pour la mise en conformité des emballages avec les obligations réglementaires de la directive européenne 94/62/CE, modifiée par la directive 2004/12/CE, transposées en droit français dans le Code de l'environnement, et en référence aux normes harmonisées, publiées au JOUE le 19/02/2005). Ces documents sont téléchargeables sur le site www.conseil-emballage.org.

• Si la notion d'acceptabilité est citée en référence par les textes officiels européens et dans le code de l'environnement français et si sa prise en compte s'impose au même titre que les autres critères de performance de l'emballage, sa méthode d'évaluation n'est pas, pour autant, clairement précisée.

• Les professionnels, adhérents du CNE, se sont interrogés, en conséquence, sur la façon de mieux traiter la question de l'acceptabilité par les consommateurs, notamment en vue d'assurer la conformité aux exigences essentielles et à la norme 13428 des emballages qu'ils mettent sur le marché. Ils ont demandé au CNE, qui est l'organisme légitime en la matière, d'élaborer la méthodologie commune des acteurs de la chaîne emballage, en particulier des industriels et des distributeurs, pour définir, objectiver et évaluer avec les associations adhérentes le critère d'acceptabilité.

POSITION

• Le CNE attire l'attention sur une disposition (art. 46) issue d'un amendement du Sénat lors de la rédaction du projet de loi de programmation du Grenelle qui apparaît contraire, du fait qu'elle ignore délibérément la notion d'acceptabilité, à l'annexe II de la directive 94/62/CE relative aux emballages et aux déchets d'emballages, ainsi qu'à l'article R. 543-44 du Code de l'environnement qui transpose les « exigences essentielles » fixées par cette directive européenne.

• Le CNE rappelle qu'avant de devenir, lorsqu'il est vidé de son contenu, un déchet qu'il convient de minimiser par la réduction à la source, l'emballage est partie du produit emballé destiné à répondre aux attentes des utilisateurs. Les consommateurs n'achètent pas des emballages vides, mais des produits emballés. Le couple produit-emballage n'est dissocié qu'à l'utilisation ou après consommation du produit emballé et l'emballage apparaît alors comme sa dépouille.

• Le CNE rappelle que l'emballage, avant d'être perçu comme un objet ou un matériau, est un système qui agrège un ensemble de fonctions pour un produit et pour des utilisateurs. Il est justifié par ses fonctions. En revanche, l'absence de fonction(s) propre(s) ou de contribution d'un élément d'emballage à une fonction justifie sa suppression.

• Les fonctions de l'emballage doivent être analysées tout au long du cycle de vie du produit emballé, de son conditionnement en usine à sa fin de vie, en passant par sa distribution et son utilisation par le consommateur, de l'achat au transport et à l'emploi du produit.

• Le CNE considère que le critère de performance de l'emballage « acceptabilité pour le consommateur » peut être, comme pour le produit, objectivé par une analyse fonctionnelle. Pour les produits de consommation présentés en magasin libre service, il propose de distinguer, dans l'analyse de l'acceptabilité, la phase d'achat de la phase de consommation du produit.

• Lors de la phase d'achat, la pertinence des critères variera avec les codes de marchés qui sont évolutifs alors que les critères d'utilisation, plus techniques (prise en main, accès produit, versage…), seront plus stables dans le temps. Cette réalité de l'acceptabilité consommateur ne peut être ignorée.

71 avenue Victor Hugo – 75116 PARIS
Téléphone : 01.53.64.80.30. Télécopie : 01.45.01.75.16.
E-mail :info@conseil-emballage.org - Internet http://www.conseil-emballage.org
SIRET n°41513678700025 APE : 913

• La phase d'achat en linéaire (« shopper acceptance» en anglais) correspond à la valeur perçue de l'offre-produit par le consommateur-acheteur. Les principales fonctionnalités identifiées par le groupe de travail du CNE à cette étape de la relation produit-consommateur :

- tenue en linéaire,
- dimension apparente et visibilité du produit,
- identification du produit, de la marque,
- positionnement qualitatif et image perçue du produit,
- facilité de préhension,
- accessibilité aux informations et lisibilité (composition, DLC, provenance, fabricant…),
- inviolabilité de l'emballage,
- intégrité du produit
- sécurité consommateur,
- passage en caisse (scanning du code à barres),
- protection du produit et facilité de son transport du point de vente au domicile.

• La phase d'utilisation de l'emballage en situation de consommation du produit (« consumer acceptance » en anglais) correspond à la valeur d'usage du couple produit-emballage. Les principales fonctionnalités de l'emballage sont :

- stockage,
- rangement du produit,
- conservation (fraîcheur, goût…),
- support d'information (mode de conservation, mode d'emploi…),
- tenue en main,
- facilité d'ouverture (pelabilité opercule, dévissage, sécurité enfant…)
- refermeture (pour les produits à consommation fractionnée),
- facilité d'application ou d'utilisation du produit,
- dosage, versage, vidage,
- facilité de tri (une fois l'emballage vidé de son contenu) et de gestion du déchet (compactage…).

• Certaines des fonctionnalités listées ci-dessus peuvent être renseignées par des tests appropriés, qualitatifs et/ou quantitatifs avant la mise en marché (pré-tests), ou après (post-tests). Certain tests sont de nature technique « en laboratoire », y compris les tests de perception, d'autres se situent au niveau de l'analyse des comportements des consommateurs en situation réelle (marchés tests).
Le CNE recommande aux metteurs en marché de se poser les bonnes questions relatives à l'acceptabilité consommateur pour les emballages et les produits emballés et de documenter les réponses. Pour autant, il signale que tous les produits ne justifient pas, pour des raisons de coûts ou d'enjeux, la mise en œuvre systématique de batteries de tests complexes et que toutes les entreprises n'ont pas les ressources pour les entreprendre.

• Le CNE considère qu'il n'est pas fondé d'évoquer un pseudo « scandale de l'emballage » et qu'il faut être particulièrement mal informé pour dénoncer de bonne foi l'intérêt des conditionneurs à « inonder le marché d'emballages », ne serait-ce que pour des raisons économiques et d'acceptabilité des consommateurs-citoyens de plus en plus sensibilisés au développement durable auquel participe l'emballage. Il rappelle l'étude macroscopique réalisée avec l'Ademe, qui démontre le découplage, dans notre pays, entre l'évolution de la consommation et celle du tonnage des emballages et chiffre l'impact de la réduction à la source.

Paris, le 7 juin 2010

71 avenue Victor Hugo – 75116 PARIS
Téléphone : 01.53.64.80.30. Télécopie : 01.45.01.75.16.
E-mail :info@conseil-emballage.org - Internet http://www.conseil-emballage.org
SIRET n°41513678700025 APE : 913